



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**EXPRESIÓN POPULAR EN EL ESPACIO VIRTUAL: ESTUDIO DE LOS MEMES DE  
INTERNET COMO MANIFESTACIÓN DE LA REALIDAD PERUANA Y SUS  
SITUACIONES DESDE LA TEORÍA DEL SIGNO DE CHARLES S. PEIRCE Y LA TEORÍA  
MEMÉTICA DE RICHARD DAWKINS. 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR:**

**Castañeda Maldonado Autry Jaasiel**

**ASESOR:**

**Dr. Terrones Marreros Mario Andrés**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea**

**TRUJILLO – PERÚ**

**2017**

## **JURADO EVALUADOR**

---

Dr. TERRONES MARREROS MARIO  
PRESIDENTE

---

Lic. BALLENA RÁZURI MARIA  
SECRETARIA

---

Mg. PRADO MORALES WILLAM  
VOCAL

*La vida es demasiado importante como para tomársela en serio.*

- Oscar Wilde

## DEDICATORIA

A lo largo de la vida, enfrentamos retos para lograr la excelencia. Aprendemos que para conquistar nuestras metas, tenemos que dar nuestro mejor esfuerzo porque al final, cuenta la satisfacción de haber realizado nuestros propósitos por mérito propio. Hoy culmina uno de estos retos. Hoy termina la enseñanza que recibí de la Universidad, pero el proceso de aprendizaje aún se extenderá durante el ejercicio. Hoy todo lo que aprendí pasa a ser un valioso conocimiento al servicio de la comunidad. Y a pesar de que todo lo logrado durante esta etapa lo atribuyo al tesón que puse en cada curso, en cada ciclo; realmente nunca hubiera sido posible sin la ayuda de mis padres, que confiaron en mí desde el momento en que nací. Ningún apoyo se compara y no existe fuerza mayor que el amor de la familia.

Este es mi agradecimiento para ustedes, una pequeña parte de una deuda invaluable que jamás podré pagar.

El autor.

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a Dios.

Muchas gracias Lennin Graus, Kevin Tantaquispe y Ghian Moya por ser mis memes favoritos e iniciar lo que terminé siendo una investigación. Gracias Antonio Montero por la medalla de la amistad. Gracias Jholvin Campos, Esthefany Marquina y Lucero Diaz por la compañía a lo largo de todo este camino. Gracias Andree Gallo por el ejemplo de vida y por Acción Juvenil Trujillo. Gracias Napoleón Gil por los mil y un libros de la primaria. Gracias Mercedes Bartra por hacer de la comunicación mi vocación. Gracias Maria de los Ángeles Sánchez por la confianza. Gracias Alex Ávila por la paciencia de todos estos años, por mi primer Vegas, por Pedrito. Gracias Jazirhie Viera por la compañía y el apoyo en este último tramo. Gracias Karen Lopez por el apoyo logístico. Gracias Medalit Ruiz por estar ahí ininterrumpidamente desde que nos conocimos. Gracias Olenka Gallardo por los desvelos y soportar mi carácter. Gracias Fiorella Rojas por los libros. Gracias Maricielo Vargas por el coraje, la amistad incondicional. Gracias Tito Castañeda por la crítica. A mi jurado evaluador: nuestro asesor Mario Terrones, por no solo demostrarme a mí, sino también a muchos estudiantes que las metas que nos proponemos son alcanzables si nos aplicamos con esfuerzo a ellas y contamos con la guía adecuada; al profesor William Prado por encaminar esta tesis hacia la mejora y búsqueda del detalle con sus observaciones; y a la profesora Maria Ballena por el ejemplo de integridad, acrecentar mi afán de conocimiento y las puntualizaciones sobre las ideas que no se presentaban muy delimitadas.

A todos ustedes, mi agradecimiento infinito.

El autor.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Autry Jaasiel Castañeda Maldonado, identificado con DNI N° 70924651, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo. Facultad de Ciencias de la Comunicación, escuela académico profesional de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto en los documentos como de información aportada por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, julio de 2017

---

Autry Jaasiel Castañeda Maldonado  
DNI N° 70924651

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Cumpliendo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, pongo a su disposición el presente informe de investigación nombrado: *Expresión popular en el espacio virtual: Los memes de internet como manifestación de la realidad peruana y sus situaciones. 2017*, con la finalidad de obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El estudio presentado es de tipo descriptivo simple, el mismo que se orientó a la investigación de las características discursivas y meméticas que presentan los memes de internet sobre las situaciones de la realidad peruana en el año 2017.

Soy consciente del esfuerzo y el trabajo realizado en el desarrollo de esta investigación, dejo claro que el trabajo está libre de errores u omisiones involuntarias propias de mi inexperiencia en la realización de este tipo de estudios.

Finalmente alcanzo a ustedes toda la información recopilada en el presente informe, el cual requiere ser evaluado como estudio investigativo.

Trujillo, 2017

## ÍNDICE

<b>CARÁTULA</b>	<b>i</b>
<b>PÀGINA DEL JURADO</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>v</b>
<b>DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD</b>	<b>vi</b>
<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>viii</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xi</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>12</b>
1.1 REALIDAD PROBLEMÀTICA	12
1.2 TRABAJOS PREVIOS	15
1.2.1 EN EL ÀMBITO INTERNACIONAL	15
1.2.2 EN EL ÀMBITO NACIONAL	18
1.3 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA	19
MEME DE INTERNET	19
MEMÉTICA	19
CARACT. DE LA MEMÉTICA DE DAWKINS	20
APLICABLES AL MEME DE INTERNET	20
SELECCIÓN	20
VARIACION	21
REPRODUCCION	23
ANÁLISIS DEL DISCURSO VISUAL	24
TRICOTOMÍAS DEL SIGNO DE PEIRCE	24
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	28
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	28
1.6 HIPÓTESIS	29
1.7 OBJETIVOS	30
<b>II. MÉTODO</b>	<b>31</b>
2.1 TIPO DE ESUDIO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	31



2.1.1 TIPO DE ESTUDIO	31
2.1.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	31
2.2 VARIABLES Y OPERACIONALIZACION	32
2.3 POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	33
2.3.1 POBLACIÓN	33
2.3.2 MUESTRA	33
2.3.3 MUESTREO	33
2.4 CRITERIOS DE SELECCIÓN	34
2.4.1 CRITERIOS DE INCLUSIÓN	34
2.4.2 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN	34
2.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	34
2.5.1 TÉCNICA E INSTRUMENTO	34
2.5.2 VALIDEZ	35
2.6 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	35
2.7 ASPECTOS ÉTICOS	35
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>36</b>
<b>IV.DISCUSIÓN</b>	<b>40</b>
<b>V. CONCLUSIÓN</b>	<b>43</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>45</b>
<b>VII. REFERENCIAS</b>	<b>47</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>49</b>

## RESUMEN

La presente investigación se centró en identificar las características discursivas y meméticas que expresan los memes de internet sobre la realidad peruana y sus situaciones, 2017. La investigación corresponde al tipo descriptivo simple, teniendo como variables el meme de internet y la realidad peruana. En el estudio se tomó como referencia a dos teorías: la teoría del signo de Charles Sanders Peirce para el análisis discursivo y la teoría memética de Richard Dawkins para el análisis de las características replicatorias. Además se incluyó información de diversos autores sobre estudios relacionados, mencionando que no abunda esta casuística en Perú. Con respecto a la población (los memes de internet), se trabajó con 150 memes de internet tomados de tres redes sociales de interacción masiva de usuarios. La elección de la muestra se ejecutó siguiendo el muestreo no probabilístico por conveniencia. Para la recolección de la información se utilizó una guía de observación la cual fue validada por expertos; con respecto al instrumento, este estuvo dividido en cinco partes, enfocadas a la identificación y caracterización discursiva y memética del objeto de estudio. La investigación finaliza indicando que, en cuanto al análisis discursivo se evidencia una fuerte presencia de la relación significativa entre *la pieza gráfica, lo que quiere dar a entender y lo que entiende el usuario*; sin embargo no siempre es necesaria la relación entre la presentación física y lo que se quiere dar a entender. Sobre el carácter memético del objeto de estudio, se indica que la selección, la variación y la reproducción de los memes de internet sobre la realidad peruana dependieron en gran medida de la elección de los usuarios de la redes, intereses que generalmente son creados para ironizar lo absurdo o tonto de situaciones cotidianas en el país y se transmitieron a través de los chats y las redes sociales. Además los usuarios reprodujeron temas sobre ocio, la *farándula* peruana y eventos deportivos, además de en el contexto político, enfocarse más al personaje que a la agrupación o partido político. Por último, no existió replicación significativa de temas relacionados al fomento del arte o la cultura.

**Palabras clave:** Memes de internet, realidad peruana, memética, teoría del discurso

## ABSTRACT

The research has focused on identifying the discursive and memetic features expressed by Internet memos about reality and situations, 2017. The research corresponds to the simple descriptive type, having as variables the internet message and the Peruvian reality. In the study was taken as reference to the theories: the theory of the sign of Charles Sanders Peirce for the discursive analysis and the theory of Richard Dawkins for the analysis of the replicator characteristics. It also includes information from various authors on related studies, which are not abundant in this case in Peru. With respect to the population, we worked with 150 internet memories in three social networks of user interaction. The choice of sign was performed following non-probabilistic sampling for convenience. For the collection of the information an observation guide of which was validated by experts is used; With regard to the instrument, it has been divided into five parts, focused on the identification and discursive and memetic characterization of the object of study. The research ends by indicating that, in terms of discursive analysis, there is a strong presence of the significant relationship between the graphic piece, what it means to understand and what the user understands; However, the relationship between physical presentation and what is meant is not always necessary. On the memetic character of the object of study, the demonstration of the selection, variation and reproduction of the Internet memes on the Peruvian reality depended to a great extent on the choice of the users of the networks, The absurd or silly of everyday situations In the country and were transmitted through chats and social networks. In addition to the users, they played themes about leisure, peruvian entertainment and sports events, in addition to the political context, focus more on the character than the group or political party. Finally, there was not significant replication of issues related to the promotion of art or culture.

**Keywords:** Internet memes, peruvian reality, memetics, discourse theory

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad Problemática

Los memes de internet han constituido una revolución en cuanto a expresión en red se trata. Actualmente abundan en las plataformas virtuales y los usuarios de internet, mayormente de redes sociales y *blogging*, los han tomado para generar opinión, expresar sentimientos, propagar ideas y en mayor medida, ironizar situaciones en las que se ven afectados.

Lars Konzack en la tercera edición de la *Encyclopedia of Information Science and Technology* explica:

“An Internet meme is defined as a motif that is virally disseminated through the Internet. The motif often undergoes lots of variations (mash-ups) and may consist of sound, picture, movie clip, game and written text, or as is mostly the case, a combination by two or more modalities.” (2014, pp.3770)

Y afirma:

“Internet memes have had such a tremendous impact,...” (2014, pp. 3773)

Como Konzack indica, los memes de internet han tenido un gran impacto dentro de las redes. Esto se debe a su realidad expansiva que implica el generar el contenido adecuado en el tiempo adecuado.

Los memes de internet en su nacimiento no buscaron “impactar” sino que fueron –y son- creados individualmente en base a realidades que existen. Se proclaman y hacen extensivos de acuerdo a la importancia de la realidad en la cual se basan. A esta situación no es aplicable la generalización, ya que dentro de estas expresiones, creaciones, manifestaciones populares, no es lo mismo

crear un meme que solo circulará entre los perfiles de Facebook de un grupo de amigos y solo será entendido por ellos que otro con referencia al caso en investigación de las agendas de la primera dama Nadine Heredia. Este último ejemplo, de un meme de internet que se hace extensivo a cientos de usuarios de la red, es un fenómeno conocido como *viralización*.

La *viralización* se da cuando los memes de internet manifiestan situaciones de interés general. Los usuarios de las redes, aun sin conocerse en persona, manifiestan emociones como preocupación, hilaridad, indignación, entre otros a través de los memes de internet de manera colectiva y conjunta. Esta expresión grupal, a pesar de saturar las redes en un espacio de tiempo determinado y delimitado, no es intencional. Esta expresión colectiva se crea de manera individual, es replicada por los demás usuarios y es tanta la relevancia de la situación tomada de la realidad, que termina por convertirse en una manifestación masiva de las ideas particulares, que muchas veces dejan su soporte habitual (la red) y son abordadas y presentadas en otros medios convencionales como los diarios, revistas y televisión.

Marco Sifuentes, en su columna del diario La República, explica este efecto desde la teoría memética de Dawkins:

“Meme es una de esas palabras cuya aplicación en el lenguaje diario difiere de su concepto original (como “hacker”). No se refiere, como creen algunos, a los chistecitos de Internet. Fue acuñada por el biólogo evolucionista Richard Dawkins en 1976. Su idea era acuñar una palabra para el concepto de una unidad mínima de información cultural capaz de evolucionar, replicarse y adaptarse, de la misma forma en la que se comporta un gen, que es la unidad mínima de información biológica.

Los memes prosperan de acuerdo a su capacidad, siguiendo con las analogías biológicas, de viralización. Algunos se extinguen, otros mutan y los que sobreviven se vuelven parte de lo que con muchas reservas podemos llamar nuestra cultura general.” (La República, 2013)

Las características replicadoras de los memes de internet resultan un concepto de estudio interesante dentro de “nuestra cultura general”. Los ciberusuarios aceptan muy fielmente estas reproducciones y las encaminan precisamente a este fenómeno, creando a la vez ellos mismos sus presentaciones.

Estas presentaciones se encuentran en la actualidad de forma variada, masiva y sin estructura alguna. Al tiempo que buscan la expresión de situaciones mediante la ironización o la burla, parecen tener el mismo objetivo (y tal vez la forma) de las antiguas caricaturas de diarios y periódicos que al día de hoy también siguen vigentes. La singularidad de su crecimiento, replicación y aceptación tal vez se deba en gran medida al soporte que utilizan.

El discurso que emplean es otro de los marcos que resultan precisos para un análisis de acuerdo a la presentación de los signos. No solo se replica, sino que también posee elementos connotativos que hacen al meme de internet atrayente desde panorama de la semiología. Cómo es que el signo (léase meme) mantiene esa capacidad de ser entendido por miles de personas en una plataforma que no tiene mucho tiempo a comparación de otros soportes visuales. Ésta bien podría ser una característica que amplía las posibilidades dentro de las redes sociales.

Precisamente dentro de ello, las redes sociales y el internet han logrado expandir el campo de acción donde comunicar los contenidos y a la vez han simplificado la forma de expresión: con el gancho de los titulares en los diarios virtuales; con el máximo de 160 caracteres permitidos en Twitter o con una sola imagen en Instagram, se puede concretar que la utilización de estos medios implica la simplicidad y rapidez de la emisión de la información para que ésta sea captada; es decir, un discurso sintetizado.

Ante esta creciente realidad que es expansiva, permanente en la red y dinámica en sus formas, surge el interés de conocer cuáles son las características discursivas de los memes de internet que abordan la realidad peruana y sus situaciones, además de sus características replicadoras.

## 1.2. Trabajos Previos

### 1.2.1. En el ámbito internacional

Vélez, J. (2013) en su tesis *Memética como herramienta científica para el estudio de las memes de Internet* presentada como uno de los requisitos para obtener el grado de Doctorado en Estudios Humanísticos con especialidad en Ciencia y Cultura, en el Inst. Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey de México, concluye:

- Si se acepta que existe un proceso evolutivo implicado en la transmisión de las imemes, se pueden generar varias formas de investigación - así como deducir propiedades - que permitan el estudio de las imemes desde nuevos puntos de vista útiles; tanto para la manipulación de la información con propiedades que tienden a viralizarse, así como para la comprensión del comportamiento humano como parte del ciclo de reproducción.
- ... opté por acercarme desde el concepto de “signo” a través de la semiótica, ya que una de las críticas que por su pertinencia con las imemes influyó durante el transcurso de la investigación, es que las memes son un subconjunto de lo que conforma el universo de signos. Al comparar los términos contruidos sobre las imemes con los términos de semiótica, sí se pueden encontrar que llevan a conceptos bastante parecidos, como lo son el de interactor con el de signo, el de optimón con el de sema, o el de rimeme con el de legisigno. Por las diferencias entre estos términos, la decisión que tomé fue conservar los propuestos, aunque enriquecerlos con lo ya establecido en la semiótica, en lugar de modificar los que esta propone para ajustarlos a fenómenos que los teóricos con los que trabajé no consideraron.

- Aun cuando se aceptara que puede haber un proceso de selección, variación y reproducción a nivel de interpretación, es decir, desde una perspectiva conductual, todavía falta identificar aquello que se replica.

Holzmann, F. (2012) en el volumen número uno de su tesis *Los memes y caricaturas del movimiento estudiantil chileno: Un análisis del discurso emic a la Red Estudiantil Tumblr entre septiembre del 2011 y 2012*, realizada para obtener el título de Sociólogo y el grado de Licenciado en Sociología para la Universidad Diego Portales de Chile, concluye:

- Designar a Internet como sólo una plataforma de información y conocimiento, podría haber creado un sesgo. De ninguna manera se podría comprender el propósito ocioso de las caricaturas y memes, ni la expresión emocional de los usuarios, tales como la indignación, resentimiento, o amor por una causa. De igual forma, no se podría entender el espíritu burlesco de los memes, y las ganas de burla hacia el gobierno o la broma personal. Lo mencionado no podría incluirse dentro del marco de investigación o dentro de la interpretación de la Sociedad de la Información. Así la conclusión es que el Internet no solo es información, sino que también puede ser entendido desde el ocio, la expresión emocional y la burla.
- Hemos de entender al Internet como una “red de expresión emocional y experiencias”. No se puede olvidar que los usuarios de las redes manifiestan expresiones emocionales y que en este sentido, se ríen, burlan, emocionan, sienten y mediante las plataformas comunicativas de Internet.

Y en concreto sobre los memes:

- Primero, conciben una forma de expresión de la opinión.



- Segundo,..., exteriorizan ruptura y transgresión en su manifiesto. Produciendo así un categórico contra-discurso, utilizando la parodia en la ejecución discursiva de las gráficas, como el juego de palabras de doble sentido, la utilización de la metáfora, etc., que entre muchas otras formas, logran la ruptura de los silencios de dominación.
- Tercero, la finalidad de despertar a las masas que las utiliza junto con instigarlos a reflexionar. Así, estos medios constituyen la voz de la resistencia.
- Cuarto, descubren las contradicciones, las hipocresías, las mediocridades y la corrupción que se notan de un lugar físico determinado, revelando así la ineptitud de políticos y autoridades, en una especie de exasperada catarsis emocional.
- Quinto, personifican un mundo inverso, vigilado por la sociedad, por los de abajo, como un medio que sirve en su totalidad como contestación del mundo oficial. Ataño a una especie de 'anti sociedad' creada, que es una ironía subversiva del discurso dominante de los que están en el poder. Donde la carcajada constituyente es, en este cuadro, su motor indispensable.

Quino, A. (2014), en su investigación *Memética en la era digital y uso del humor el contexto electoral mexicano*, tesis como requisito para obtener el grado de Licenciado en Comunicación y Periodismo en la Universidad Autónoma de Querétaro, concluye:

- Como indica Delia Rodríguez (2013), la sociedad de la información se convirtió en la sociedad de la emoción. Esto perturbó la manera de representar la situación e inclusive de posicionar contenidos de utilidad pública.

- Bajo este argumento, el Internet se percibe como una plataforma donde se puede formular lo que ni los políticos ni los medios tradicionales creen necesario comunicar. Los usuarios de Internet tiene la capacidad de erigir historias propias, además de enunciar sus quejas en tribunas digitales donde la información puede lanzarse a muchos más usuarios y con una mayor rapidez.

### **1.2.2. En el ámbito nacional**

Sánchez, C. (2013) en su investigación previa para tesis *Publicidad política y los memes de internet: el éxito de la campaña "yo digo no" en las redes sociales*, presentada a la Pontificia Universidad Católica del Perú, estudia sobre la apropiación del contenido real, que se encontraba en el andar común de los limeños en su contexto específico (la revocatoria de Susana Villaran como alcaldesa de Lima Metropolitana) y concluye que:

- Las herramientas de caracterización permitieron constituir un enlace entre los memes y la pieza publicitaria. El retrato de un personaje conocido, y la palabra “NO” constituyeron los elementos principales al momento de la retención, ya que a través de estos era que los memes podían crear similitudes a la campaña original, cerrando la idea de que se trataba de una parodia.
- El perfil no politizado de los indicadores, por su parte, facilitó la retención porque generaban síntesis que no envolvían una postura definida. En ese sentido, los autores de estos memes los creaban como una burla o también como una manera de difusión del mensaje del no.

### 1.3. Teorías relacionadas al tema

Para una mayor comprensión de los apartados siguientes, se introduce una breve desambiguación de la palabra meme (que se ampliará posteriormente). En adelante, el término *Meme* (con M mayúscula) se referirá al concepto de meme propuesto por Dawkins (1976), que al igual que un gen biológico, se replica culturalmente. El *meme* (con m minúscula) se referirá al objeto de esta investigación, es decir, el meme de internet. Además de ello, autores como Vélez (2013), proponen un nuevo término para los memes de internet – imemes – como abreviación de *Internet Memes*.

#### **Meme de Internet:**

“Los memes son ideas que saltan de mente en mente. Independientes de nosotros, las ideas contagiosas pueden venir de cualquier época y lugar y evolucionan sin nuestro permiso.”

Rodríguez, (2013, pp. 10)

“El término meme de Internet se usa para describir una idea, concepto, situación, expresión y/o pensamiento manifestado en cualquier tipo de medio virtual, que se replica mediante internet de persona a persona hasta alcanzar una amplia difusión. El concepto de meme se ha propuesto como un posible mecanismo de evolución cultural.”

Wikipedia

#### **MEMÉTICA**

Richard Dawkins en su obra *El gen egoísta* plantea la palabra Meme (que en inglés al pronunciarse suena parecido a gene, es decir gen en español) a aquello que, como los genes, poseen una forma en que se aplican las

propiedades del darwinismo: si una determinada enseñanza, acción, recuerdo o expresión se multiplica, varía, y compite por recursos (selección), la evolución es inevitable. Aunque Dawkins centra su campo de estudio en la biología, plantea al Meme como un replicador en las ciencias sociales. Por ejemplo, uno de los Memes que Dawkins indica son las melodías contagiosas. Dawkins (1976, pp 135).

En el texto “A New Literacies Sampler”, Michele Knobel y Colin Lankshear coinciden con Dawkins al reseñar al Meme como un modelo de la “información cultural” que consigue ser transmitido de persona a persona, en sus mentes y que posee la virtud de proporcionar un perfil definido a las mentalidades, asimismo también el cambio de la conducta de las personas. Los dos autores demuestran que canciones populares, eslóganes, formas de vestir forman parte de los Memes. Cristóbal Cobo y Hugo Pardo puntualizan al meme de internet como una idea capaz de propagarse de forma contagiosa y como un virus gracias a las redes sociales. Quino (2014, pp. 14).

### **Características de la memética de Dawkins aplicables al meme de internet:**

- **Selección**

En la biología, una de las clasificaciones más conocidas es la de especie. Del mismo modo, la identificación de imemes específicas puede variar dependiendo del enfoque del estudio que se esté haciendo, pero una forma de poder señalarlas es si han adquirido un nombre que les permita ser identificadas. Una vez que la imeme adquiere un nombre, obtiene una gran ventaja competitiva, pues puede ser referida y buscada con mucha mayor facilidad. Otro detalle importante es que la selección viral es necesariamente un acto humano. La imeme puede tener características que aumenten las

probabilidades de ser seleccionada, pero la selección viral no es hecha por los medios de transmisión ni por otras memes, sino por personas que las reciben y desean retransmitirlas.

Con esto, una forma de clasificar las imemes por su selección, sobre la base del modelo de Knobey y Lankshear, con las variaciones que ya mencioné, sería la siguiente:

- Comentario social
- Celebración de lo absurdo o inusual
- Memes bulo (hoaxes)
- Basadas en fans
- Valor simbólico

Vélez (2013, pp. 262-266)



**Figura 1. Selección:** Un meme con nombre propio y ampliamente reconocido (Yaoming-izquierda), tiene ventaja competitiva y de búsqueda ante otro que solo aparece en determinadas situaciones.

- **Variación**

Una de las propiedades de las imemes es su variabilidad, que se puede interpretar como en una escala gradual que va de las de alta fidelidad, a las de alta variación. Sin embargo, el análisis se vuelve complejo al dividir las formas en que varían, pues una misma imeme,

al igual que un ser vivo, tiene vastas maneras en las que puede ser modificada.

La forma en que más comúnmente varían las memes que se vuelven famosas, y esto también puede dar pistas sobre la forma en que estas son seleccionadas o se reproducen:

- Re-publicaciones: Es cuando un vínculo, idea, símbolo, etc. es publicado en medios independientes a su fuente, por ejemplo, en blogs, Twitter o Facebook.
- Ediciones: Son modificaciones sobre los archivos de la imeme original. Pueden estar hechos para resumirla, comentarla o añadirle significado. Otra forma en que se pueden hacer ediciones con mucha variación es combinando dos o más imemes en un mismo texto. Esta es la forma en que comúnmente varían las macros de las que hablo en el apartado siguiente.
- Emulaciones y parodias: Es cuando, sin utilizar significativamente ediciones de la imeme original, la idea presente utiliza la imeme original como fundamento hipertextual. Si los usuarios no conocen la imeme original, muchas emulaciones pueden tener sentido por sí mismas, en cambio, las parodias asumen que el usuario conoce la imeme original.
- Variaciones off-line: imemes que se utilizan socialmente, ya sea como broma o como símbolo.

Vélez (2013, pp. 266-268)



**Figura 2.** Las tres imágenes de la izquierda presentan la característica de la **variabilidad**, han sido modificados. La imagen de la derecha es uno de los mejores ejemplos de **variaciones off-line**: la expresión “*Ahora no joven*” ha abandonado las redes para ser utilizado socialmente.

- **Reproducción**

Mientras que la variación y la selección dependen principalmente de los usuarios, la reproducción de las imemes es dependiente de los medios de hardware y software que permite que se transmita entre los usuarios. Entre los principales medios en que las imemes se pueden transmitir están:



- Transmisión individual: cada vez que se reproduce la imeme, se hace a una persona o unas pocas a la vez.
- Transmisión oral: por medio de invitaciones a otras personas a conocer más sobre la imeme en particular en reuniones sociales, o bien, enseñándosela directamente en una computadora.
- Transmisión por chat o mensajería instantánea: recomendando una meme por conversaciones en línea, o bien, utilizándola para comunicarse. En salones de chat sociales grandes, la transmisión puede ser más social que individual.

- Transmisión por redes sociales: en algunas redes sociales como Facebook, es posible mostrar a todos los contactos vínculos que le agraden a un usuario, o aplicaciones o imágenes que le parecen divertidos. En Twitter, además de compartir vínculos, se pueden clasificar temas por hashtags, que son al mismo tiempo un tipo de meme y su medio de reproducción. Este tipo de transmisión tiene potencialmente más velocidad de transmisión con respecto a los primeros.

Vélez (2013, pp. 268-269)

## **ANÁLISIS DEL DISCURSO VISUAL**

Peirce llama técnicamente al signo con el nombre de representamen, que es una “cualidad material”, y esta cualidad material está en lugar de otra cosa: su objeto, el objeto al que representa. Así, esto provoca en la mente de alguien un signo equivalente o superior al que nombra interpretante. Este interpretante aclara lo que significa el representamen y que a su vez representa a su objeto. Peirce lo expresa de la siguiente manera:

[El signo es] “Algo que para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo aún más desarrollado [...] Para que algo sea un Signo, debe “representar”, como solemos decir, a otra cosa, llamada su Objeto”.

Peirce (1974, pp. 22-23).

Desde el enfoque de Peirce, es necesario aceptar al meme como un signo para el estudio de su discurso, por lo tanto la afirmación de Vélez (2013) servirá de base para su aceptación:

“Las imemes, al igual que cualquier signo, pueden pertenecer en diferente grado a cualquier parte de las tricotomías de Peirce.”



Así, el análisis del discurso de los memes de internet parte del **desglose del signo**:

- **Representamen**

El signo. Aquello con lo que se toma contacto, la “cualidad material” y que resulta parecido al significante de Saussure. Es aquello que está en lugar de algo, lo sustituye. Es una idea. El meme de internet en sí, físico, su presentación a “alguien” que creará en su mente el interpretante.

- **Objeto:**

El “algo” que el representamen está sustituyendo. Algo de lo que el signo intenta dar cuenta. Es existente. El trasfondo que el meme de internet plantea de la realidad.

- **Interpretante:**

Propone un objeto para el representamen. Se crea dentro de la mente de “alguien” y tiene la posibilidad de cambiar el objeto del representamen.

- **Inmediato:** Válido para cualquier interpretación del signo.
- **Dinámico:** Interviene en un contexto determinado de interpretación. De varias posibilidades del interpretante, solo una es válida. Es el interpretante que mayormente aplica para los memes de internet.

Luego Peirce, divide al signo en tres tricotomías, la primera **por su naturaleza**:

- **Cualisigno**

“Es una cualidad que es un signo. No puede actuar verdaderamente como un signo hasta tanto no esté formulado; pero la formulación no tiene relación alguna con su carácter en tanto a signo”. Es la percepción antes de la razón, por ejemplo, un aroma que aunque se perciba, no se ha identificado.

- **Legisigno**

“Es una ley que es un Signo. Esta ley es generalmente establecida por los hombres. Todo signo que, en un contexto cultural, convencional es un legisigno (pero no recíprocamente). No es un objeto único, sino un tipo general que, como se ha acordado, será significante.” Un ejemplo de legisigno consiste en todas las repeticiones de una misma palabra.

- **Sinsigno**

“Es una cosa o evento real y verdaderamente existente que es un signo”. Es cada réplica de un legisigno. Por ejemplo, la referencia del color verde en uno de los focos de un semáforo específico.

Peirce (1974, pp. 29).

De lo cual se rechaza la naturaleza del meme como signo cualisigno o sinsigno, ya que el meme de internet no es una cualidad efímera que exista cuando se formule y tampoco existe verdaderamente y genera direcciones. Es un legisigno al cual se le han generado y generan direcciones (no las genera) dentro de un contexto cultural (la cibercultura y a veces dentro de medios convencionales).

Luego tenemos la segunda tricotomía, de **relación entre Signo y Objeto**:

- **Icono (Relación Icónica)**

Lo fundamental aquí es que el signo se parezca de algún modo al objeto que representa, o bien que el primero ejemplifique alguna de las propiedades del segundo. Por eso puede decirse que la semejanza se da exista o no ese objeto, ya que el icono determina el interpretante en virtud de alguna de sus propiedades intrínsecas, no de la presencia del objeto.

- **Índice (Relación indéxica)**

Un signo es un índice, cuando la relación entre el signo y su objeto es una relación existencial, esto es, una conexión real entre ellos. Al contrario que en los iconos, aquí el objeto si debe existir para que el signo pueda determinar su interpretante. Peirce dirá además que los índices constituyen una certeza positiva de la realidad y de la cercanía de sus objetos. Pero la certeza no supone que se profundice en la naturaleza del objeto.

- **Símbolo (Relación simbólica)**

Un signo es un símbolo, si la relación con el objeto al que representa se da por una convención que establece el hábito o regla para su interpretación.

Al propósito, Kilpinen señala que para poder ser símbolo, el símbolo requiere que haya sucedido un proceso viral que llevó a un acuerdo de su significado.

Atencia (2003, pp. 13-14)



**Figura 3. Iconicidad.** A la izquierda, el signo (meme) ejemplifica las “propiedades” del objeto. **Simbolismo.** El proceso viral llevó a aceptar al signo (meme Bad Luck Brian) como símbolo de “mala suerte”. **Legisigno.** El contexto cultural conlleva a la aceptación y reconocimiento de meme a aquella imagen con letras blancas arriba de ella y al pie, generalmente con la tipografía *Impact*.

Entonces desde esta tricotomía, se afirma que un meme de internet, como signo, posee una relación icónica o simbólica con su objeto, y hasta son posible las dos en un solo signo, más no sería un signo índice de su objeto, por la razón de que esta manifiesta una certeza positiva de la realidad, lo cual no ocurre con los memes de internet.

#### 1.4. Formulación del problema

¿Qué situaciones de la realidad peruana manifiestan los memes de Internet y cuáles son sus características discursivas desde la teoría del signo de Charles Sanders Peirce y sus características meméticas según la teoría memética de Richard Dawkins?

#### 1.5. Justificación del estudio

La presente investigación se ejecuta con la finalidad de profundizar en las características que un meme de internet posee y le hacen replicatorio, viral y atractivo. Además de generar un punto de partida para analizar desde un punto de vista semiótico a las expresiones en redes, como memes,

videoblogs, perfiles personales o propaganda y publicidad en plataformas de internet.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación se añade al conocimiento formalmente estudiado sobre la memética y replicación. Además de ello también contribuirá al conocimiento, ya que existe escasa bibliografía sobre el estudio del discurso de los memes de internet y menos aún, en el ámbito local.

Desde el punto de vista metodológico, aportará con un modelo estructurado de análisis que sirva a futuras investigaciones.

Desde el punto de vista social, esta investigación explicará que permite a este tipo de manifestación popular en la red, expandirse de formas nunca antes observadas, involucrando más a los usuarios con la realidad.

## **1.6. Hipótesis**

No todas las investigaciones demandan formulación de hipótesis, en la investigación del estudio. El hecho de que expresemos o no hipótesis obedece a dos factores básicos: la orientación del estudio y su trascendencia primaria. Las investigaciones cuantitativas, cuyo procedimiento es la deducción sí exponen hipótesis, siempre y cuando se precise a partir del inicio que su importancia será correlacional o aclaratoria (Hernández, Fernández & Baptista 2010).

Aún así, se puede establecer la suposición de que los memes de Internet que manifiestan situaciones de la realidad peruana presentan todas las características meméticas propuestas por Dawkins y algunas características de la teoría signifiante de Peirce.

## **1.7. Objetivos**

### **General**

- Analizar las características discursivas que presentan los memes de internet sobre la realidad peruana desde la teoría del signo de Charles Sanders Peirce y sus características meméticas según la teoría memética de Richard Dawkins.

### **Específicos:**

- O1 Identificar cuáles son las situaciones de la realidad peruana que abordan los memes de Internet.
- O2 Estructurar el discurso del meme de internet sobre la realidad peruana como signo según la teoría de los signos de Charles Sanders Peirce.
- O3 Determinar las características meméticas presentes en los memes de la realidad peruana según la teoría memética de Richard Dawkins.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Tipo de Estudio y Diseño de Investigación**

#### **2.1.1. Tipo de estudio**

Básica – Descriptiva – Orientada

#### **2.1.2. Diseño de investigación**

El diseño que se empleó en la siguiente investigación fue el descriptivo simple:

**M ----- O**

Dónde:

M: Recojo de datos

O: Análisis de los memes de internet

## 2.2. Variables y Operacionalización

VARIABLE	D. CONCEPTUAL	D. OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA (CATEGORÍA)	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
Meme de Internet	Es una idea, concepto, situación, expresión y/o pensamiento manifestado en cualquier tipo de medio virtual, que se replica mediante internet de persona a persona hasta alcanzar una amplia difusión. Rodríguez D. (2013)	Idea ↓ Manifestación ↓ Visual ↓ Replicación ↓ Difusión	Discurso	Representamen	Nominal	Guía de Observación (Ficha de Análisis)
		Objeto				
		Interpretante				
		Iconicidad				
		Simbolismo				
		Variación				
		Reproducción				
		Realidad peruana	Conjunto de acontecimientos que suceden en el país, tomando en cuenta los aspectos: social, político, cultural, religioso y deportivo. (El autor)	Sucesos ↓ Perú ↓ Espacio Tiempo Contexto		
Eventos deportivos						
Farándula						
Político	Elecciones					
	Partidos políticos					
	Casos de corrupción					
	Personajes políticos					
Cultural	Festividades					
	Arte					
	Cultura General					



## **2.3. Población, muestra y muestreo**

### **2.3.1. Población**

La investigación incluyó los memes de internet de las diferentes plataformas y redes que los usuarios de internet visitan asiduamente.

Existe un número infinito de memes de internet y cada minuto que pasa se crean y difunden muchos más.

### **2.3.2. Muestra**

La muestra la constituyeron 150 memes de internet que tomaron la temática de la realidad peruana y sus situaciones y fueron creados a partir del 1 de enero del 2016.

### **2.3.3. Muestreo**

Nivel de confianza del 95%

$$Z^2\alpha = 1.96$$

$$P = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$e = 8$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.08^2} = 150$$

El muestreo que se empleó es el no probabilístico por conveniencia.

## **2.4. Criterios de Selección**

### **2.4.1. Criterios de Inclusión**

- a. Memes de internet
- b. Memes de internet que aborden en su contenido temática de la realidad peruana.
- c. Memes de internet que aborden en su contenido temática de la realidad peruana perteneciente al año 2016.

### **2.4.2. Criterios de Exclusión**

- a. Memes ajenos a su reproducción en internet
- b. Memes de internet que no aborden en su contenido temática de la realidad peruana.
- c. Memes de internet que no pertenecen al año 2016.

## **2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.5.1. Técnica e Instrumento**

<b>Técnica de recolección de datos</b>	<b>Instrumento de recolección de datos</b>	<b>Propósito</b>
<b>Cualitativa (Observación)</b>	Guía de observación. Anexo 1	Analizar las características discursivas y meméticas de los memes de internet que abordan la realidad peruana

### **2.5.2. Validez**

El instrumento de recolección de datos fue validado a juicio de expertos y especialistas en el tema de investigación.

## **2.6. Métodos de análisis de datos**

Se elaboraron tablas y gráficos para el tratamiento de los resultados de la investigación; para ello se utilizó la estadística descriptiva. Para su procesamiento se utilizó la hoja de cálculo Excel 2010 de Microsoft Office.

## **2.7. Aspectos éticos**

El instrumento de recolección de datos ha sido elaborado para los fines de la investigación, no ha sido extraído o plagiado de otras investigaciones.

Se está respetando los derechos de autor, para ello se cita los contenidos bajo las normas internacionales APA sexta edición.

El tema de investigación es original, no ha sido plagiado total, ni parcialmente.

### III. RESULTADOS

#### Resultados encontrados con la Guía de Observación

**Cuadro 1**

Frecuencia de relación entre representamen y objeto		
Relación Representamen - Objeto	Frecuencia	Porcentaje
SI	62	41.0%
NO	88	59.0%
Total	150	100%

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** Se puede evidenciar en la tabla que de los 150 memes de internet observados, solo el 41% presenta relación entre el representamen (lo que salta a la vista) con el objeto (lo que se quiere dar a entender).

**Cuadro 2**

Frecuencia de relación entre (Representamen – objeto) – interpretante		
Relación (R-O) – Interpretante	Frecuencia	Porcentaje
SI	108	72.0%
NO	42	28.0%
Total	150	100%

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** Se puede evidenciar en la tabla que de los 150 memes de internet observados, en la mayoría es necesaria la existencia preexistente de una relación del interpretante con el signo (meme).

**Cuadro 3**

Frecuencia de la característica Icónica		
Iconicidad	Frecuencia	Porcentaje
SI	71	47.0%
NO	79	53.0%
Total	150	100%

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** De los 150 memes de internet observados, en un 47% no fue necesario que el signo (meme) ejemplifique las propiedades del objeto.

**Cuadro 4**

Frecuencia de la característica Simbólica		
Simbolismo	Frecuencia	Porcentaje
SI	99	66.0%
NO	51	34.0%
Total	150	100%

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** Se puede evidenciar en la tabla que de los 150 memes de internet observados, más del 60% presenta la característica del símbolo.

**Cuadro 5**

Frecuencia de la Selección		
Selección	Frecuencia	Porcentaje
Comentario Social	101	67 %
Celebración de lo absurdo o inusual	83	55%
Memes bulo	39	26%
Basado en fans	118	79%
Total		

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** Se puede evidenciar en la tabla que de los 150 memes de internet observados, 101 de ellos son seleccionados por el comentario social y la gran mayoría está basado en las opiniones de los fans.

**Cuadro 6**

Frecuencia de la Variación		
Variación	Frecuencia	Porcentaje
Re-publicación	48	32 %
Edición	90	60 %
Emulaciones y parodias	74	49 %
Variaciones off-line	66	44 %
Total		

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** Se puede evidenciar en la tabla que de los 150 memes de internet observados, casi la mitad fueron la variación de alguna parodia, mientras que el 60% fueron editables.

**Cuadro 7**

Frecuencia de la Reproducción		
Reproducción	Frecuencia	Porcentaje
T. Individual	9	6 %
T. Oral	71	47 %
T, por chat	77	51 %
T, por redes sociales	150	100 %
Total		

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** Notamos en la tabla que de los 150 memes de internet observados, todos fueron compartidos en alguna red social.

**Cuadro 8**

Frecuencia de la Dimensión Social		
Sociedad	Frecuencia	Porcentaje
Clases sociales	109	73 %
Eventos deportivos	45	30 %
Farándula	91	51 %
Sentimental	36	24 %
Total		

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** Se puede evidenciar en la tabla que de los 150 memes de internet observados, más del 70% abordan temas sobre las clases sociales, mientras que más de la mitad trata sobre farándula.

**Cuadro 9**

<b>Frecuencia de la Dimensión Política</b>		
<b>Política</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Elecciones	21	14 %
Partidos políticos	57	38 %
Casos de corrupción	9	6 %
Personajes políticos	63	42 %
Total		

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** Se puede evidenciar en la tabla que de los 150 memes de internet observados, ninguno de los casos sobrepasa la mitad, es así que la mayoría existe solo los memes que tratan sobre el personaje político

**Cuadro 10**

<b>Frecuencia de la Dimensión Cultural</b>		
<b>Cultural</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Festividades	30	20 %
Arte	24	16 %
Cultura General	32	21 %
Total		

**Fuente:** Guía de Observación

**Descripción:** Se puede evidenciar en la tabla que la dimensión cultural no es una opción selectiva, variable o reproducible por los memes de internet.

#### IV. DISCUSIÓN

Los memes de internet que expresan temas sobre las situaciones de la realidad peruana presentan un símil total con las conclusiones del estudio de Quino A. Ahora mismo, Internet es para los usuarios *SU* espacio de manifestación, donde se hace extensiva toda la posibilidad de expresar aquello que *ni los políticos ni los medios tradicionales deciden informar*.

Sin embargo, el estudio de Quino fue realizado en el año 2014. Tres años después agrego una extensión a la afirmación anterior: Los medios de comunicación peruanos deciden presentar como información aquello que *no querían*, siempre y cuando exista un proceso de viralización que pueda ser mostrado como tal. Así, encontramos un proceso de ida y venida en el cual observamos:





Por lo tanto, se acepta que existe un proceso evolutivo implicado en la transmisión de los memes de Internet, donde la selección, la variación y la reproducción, tomadas del campo de la biología y aplicadas en este estudio mediante la memética de Dawkins, están presentes, y finalmente concuerdan con las conclusiones de Vélez: aberturan varias formas de investigación donde se permite estudiar a los memes de internet desde nuevas perspectivas útiles para la manipulación de la información con propiedades virales.

Por otro lado, los memes de internet en el Perú abarcan también en su gran mayoría (más del 70% según Cuadro 8) temas que Vélez califica como excluyentes de la Sociedad de la Información, incluyéndose en el grupo de características como el ocio, la burla y el *troll*. Al contrario que los puntos anteriores, estos temas, mayormente sobre el entorno conocido como farándula, sobre las clases sociales y personajes conocidos, sí son tomados de los medios convencionales.

Por último, en cuanto a la replicación de un Meme, Dawkins propone acertadamente tres características: *Selección, Variación y Reproducción*. Sin embargo, en cuanto al meme de internet se refiere, podría incluirse una nueva característica, la de la *Masificación*, por parte de la *mass media*. Así propongo:

Memética de Dawkins			Propuesto
Selección	Variación	Reproducción	Masificación
De la idea, en base a fans, acontecimientos inusuales o absurdos	Con republicaciones en plataformas online, re-editados una y mil veces	En redes sociales, chats, individualmente	Donde el medio de comunicación convencional se apropia de los memes de internet con más popularidad, los agrupa y los presenta como nota periodística

De los resultados observados en las tablas número 8, 9 y 10, remitiendo principalmente a las guías de observación donde se realizó apuntes extras, preciso que existen temas que no se deslindan de lo humorístico pero se agrupan con la agresión y las expresiones de odio y/o repulsión. Como forma de expresión humana, es inevitable que los memes de internet presenten también esta característica. Indico también que sería un punto de partida interesante la investigación de las fórmulas de odio en redes.

En cuanto al estudio desde la perspectiva del signo de la teoría significante de Peirce, las nuevas formas de expresión, principalmente a través de las gráficas y piezas visuales, están transgrediendo cada vez más la armonía de las composiciones que generan un discurso. Como muestran en su gran mayoría los Cuadro 1 y 2, se puede presentar un discurso, un objeto, *un objetivo*, mediante representaciones totalmente distintas a lo que se espera dar a conocer; sin embargo, esta cualidad creciente de los memes de internet no interfiere en el proceso comunicativo (no es ni siquiera de lejos el primer caso de transgresión de la relación entre Objeto y Representamen), sino que, en consonancia con muchos estilos de ruptura, logra su propósito en el Interpretante.

Para la presentación de un discurso donde no guardan relación el Objeto con el Representamen en internet o la pieza gráfica no expresa un diseño elaborado con rigurosidad, no es necesario ser un usuario privado de la red. Entidades públicas como la Policía Nacional del Perú o empresas privadas como Bambos entendieron el proceso de retención del discurso por parte del usuario y utilizaron estas expresiones gráficas para lograr una mayor compenetración con sus seguidores, incluyéndolas en su *planning* de redes sociales.

## **V. CONCLUSIÓN**

1. Las características discursivas que presentan los memes de Internet sobre la realidad peruana son:

- La presencia de la relación entre representamen – objeto – interpretante. No excluyente.
- No son mayoritariamente icónicos
- Son simbólicos.
- El discurso es tan atractivo que abandona su medio habitual (el internet) y es presentado por los medios convencionales (TV, impresos)

Incluyo como característica física del meme de internet (y legisigno): su presentación como toda pieza visual compartida en la red, que incluya una o más líneas de texto con tipografía Impact o similar generalmente de color blanco y bordes delgados de color negro, que no ha sido sometida a un proceso de diseño riguroso; en proporción general de 1x1 y que puede o no presentar una agrupación de sub-memes en una pieza única (viñetas).

Su diferenciación con la caricatura reside en el hecho principal de que, la caricatura para su presentación requiere de un proceso de diseño ilustrativo, pasando desde la concepción del rough (la idea), hacia el boceto y por ultimo a su realización como pieza gráfica mediante herramientas digitales de ilustración, teniendo que ser aprobada para su presentación en un medio; no obstante, los memes de internet son creados a partir de cualquier tipo de imágenes, no precisan pasar ningún “estudio de calidad”, por lo que son creaciones burdas, lo que acrecienta su característica de familiaridad con los usuarios de las redes. De igual manera, la caricatura generalmente expresa la idea de un medio convencional, mientras que los memes de internet por su carácter

independiente, no necesitan seguir ninguna línea editorial, generando el llamado discurso “transgresor”.

**2.** Las características meméticas que presentan los memes de Internet sobre la realidad peruana son las tres que abarca el campo de estudio: la selección, la variación y la reproducción.

- Los memes de internet de la realidad peruana se seleccionan en base a los fans, los comentarios sociales y la celebración de lo absurdo e inusual.
- Sufren emulaciones y parodias, se re-publican y son editables.
- Se reproducen en las redes sociales y chats.
- Empresas y entidades peruanas se han apropiado de ellas y su uso por parte de ellas está en expansión.

**3.** Los memes de Internet sobre la realidad peruana abordan temas sobre situaciones como las clases sociales en su gran mayoría, sobre la llamada farándula peruana y en determinados momentos, sobre eventos deportivos. En la dimensión política, la temática está más abocada al personaje, no a la agrupación o partido político. Finalmente, la presencia de la dimensión cultural en los memes de internet es casi nula.

Las expresiones de lo humorístico irónico y burlesco de los memes de internet sobre la realidad peruana y sus situaciones, no se deslinda en muchos casos de la manifestación de agresividad, odio marcado, repulsión, promoción de la discriminación y racismo, violencia de género, y homofobia.

## VI. RECOMENDACIONES

- A los medios de comunicación que interactúan con su audiencia en la web, se les recomienda generar más contenido cultural como la promoción de la identidad, el respeto en la red, festividades nacionales, presentaciones artísticas, etc., utilizando memes que pueda ser compartido y replicado por sus seguidores.
- A los medios de comunicación mantener el tratamiento ético en presentación de notas informativas en base a memes de internet, con titulares que incitan a la burla humillante de uno a otro grupo, o hacia figuras públicas, como: *Mira los memes que dejó la derrota de Alianza Lima sobre la U*, o *Los 10 mejores memes sobre lo que le dijo Korina a Millet*.
- A las organizaciones con presencia en redes, incluir en el planeamiento de la gestión las redes sociales la interacción mediante memes de internet atractivos que generen masificación de las respuestas que se desean obtener, en análisis constante con la realidad local para lograr la mayor compenetración posible con los usuarios.
- A los investigadores de expresión en redes, se recomienda iniciar un análisis de manifestaciones negativas de usuarios de internet y promoción del odio en las plataformas virtuales.
- A los investigadores de expresión en redes, se recomienda iniciar un análisis sobre el uso de los memes en internet por parte de organizaciones y empresas, para lograr el posicionamiento de una marca.
- A los investigadores de expresión en redes, se recomienda iniciar un análisis sobre el uso de los memes en los medios convencionales.

- A los usuarios en redes sociales en general, se recomienda establecer el uso del criterio para la diferenciación entre memes que expresan hilaridad, sarcasmo burla y ocio, con los que generan humillación o degradación de personas, actividades o grupos.

## VII. REFERENCIAS

1. Atencia, P. (2003). *Peirce y la teoría de los signos*. Universidad de Zaragoza. España, Zaragoza Recuperado de <http://goo.gl/5rBkAW>
2. Chandler, D. (1998). *Semiótica para principiantes*. Editorial Abya Yala. Ecuador, Quito. Recuperado de <https://goo.gl/sQbjJz>
3. Dawkins, R. (1976/2002). *El gen egoísta: las bases biológicas de nuestra conducta* Barcelona: Salvat.
4. Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ta ed.). México: Mc Graw – Hill.
5. Holzmann, F. (2012). *Los memes y caricaturas del movimiento estudiantil chileno: Un análisis del discurso emic a la Red Estudiantil Tumblr entre septiembre del 2011 y 2012*. (Tesis de Pregrado). Universidad Diego Portales. Chile, Santiago. Recuperado de <https://goo.gl/nlgGyO>
6. Konzack, L. (2014). *Encyclopedia of Information Science and Technology, Third Edition*, IGI Global. USA, Florida Recuperado de <https://goo.gl/GJDQDk>
7. Quino, A. (2014). *Memética en la era digital y uso del humor en el contexto electoral mexicano*. (Tesis de Pregrado). Universidad Autónoma de Querétaro. México, Querétaro. Recuperado de <http://goo.gl/bl6OMO>

8. *Resumen de Peirce y Saussure: Semiología, Lingüística y el Signo*  
| Teoría de la Comunicación II (2008) | UADE.  
Recuperado de <http://goo.gl/eoAh4g>
9. Rodríguez, D. (2013). *Memecracia, los virales que nos gobiernan*. Grupo Planeta. España, Barcelona. Recuperado de <https://goo.gl/K5DeEj>
10. Sánchez, C. (2014). *Publicidad política y los memes de internet: El éxito de la campaña “Yo digo NO” en las redes sociales*. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú, Lima. Recuperado de <http://goo.gl/HXA778>
11. Santibáñez, C. (2001). *Teoría Social y Memes*. University of Houston. USA, Houston. Recuperado de <http://goo.gl/LJKmxB>
12. Sifuentes, M. (2013). *El ‘meme’ no se refiere a los chistecitos de Internet*. La República, 13 de Febrero de 2013. Recuperado de <http://goo.gl/vm3Dwx>
13. Sifuentes, M. (2013). *El memeíto*. La República, 13 de Febrero de 2013. Recuperado de <http://goo.gl/OU97DU>
14. Vélez, J. (2013). *Memética como herramienta científica para el estudio de las memes de internet. (Tesis Doctoral)*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. México, Monterrey. Recuperado de <http://goo.gl/zvMeL7>
15. Vitale, A. (2011). *La semiótica de Peirce*. Taringa. Recuperado de <http://goo.gl/uNrZBb>



## **ANEXOS**

# GUÍA DE OBSERVACIÓN – MEMES DE INTERNET

Numeración: 31

Nombre del meme: 5 SOLES

Fecha y hora: 04/11/2016 22:09

Plataforma: FACEBOOK

	INDICADORES		SI	NO	OBSERVACIONES	
DISCURSO	Relación representamen - objeto		X			
	Relación (representamen – objeto) - interpretante		X			
	Iconicidad (signo se parece/ejemplifica propiedades del objeto)			X		
	Simbolismo (hábito o regla para su interpretación)			X		
MEMÉTICA	Selección	Comentario social			X	
		Celebración de lo absurdo o inusual		X		
		Memes bulo			X	
		Basado en fans			X	
	Variación	Re-publicación		X		
		Edición		X		
		Emulaciones y parodias			X	
		Variaciones off-line		X		
	Reproducción	Transmisión individual		X		
		Transmisión oral		X		
		Transmisión por chat	Messenger	X		
			Whatsaap	X		
		Transmisión por redes sociales	Facebook	X		
			Twitter		X	
			Instagram		X	
SOCIAL	Clases sociales		X			
	Eventos deportivos			X		
	Farándula			X		
	Sentimental		X			
POLÍTICO	Elecciones			X		
	Partidos políticos			X		
	Casos de corrupción			X		
	Personajes políticos			X		
CULTURAL	Festividades			X		
	Arte			X		
	Cultura General			X		

# GUÍA DE OBSERVACIÓN – MEMES DE INTERNET

Numeración: 80

Nombre del meme: DÍA DEL TRABAJADOR: CONGRESISTAS

Fecha y hora: 01/04/2017 23:36

Plataforma: FACEBOOK

	INDICADORES		SI	NO	OBSERVACIONES	
DISCURSO	Relación representamen - objeto		X			
	Relación (representamen – objeto) - interpretante		X			
	Iconicidad (signo se parece/ejemplifica propiedades del objeto)		X			
	Simbolismo (hábito o regla para su interpretación)			X		
MEMÉTICA	Selección	Comentario social		X		
		Celebración de lo absurdo o inusual		X		
		Memes bulo			X	
		Basado en fans		X		
	Variación	Re-publicación		X		
		Edición		X		
		Emulaciones y parodias		X		
		Variaciones off-line		X		
	Reproducción	Transmisión individual		X		
		Transmisión oral		X		
		Transmisión por chat	Messenger	X		
			Whatsaap		X	
		Transmisión por redes sociales	Facebook	X		
			Twitter	X		
			Instagram		X	
SOCIAL	Clases sociales		X			
	Eventos deportivos			X		
	Farándula			X		
	Sentimental			X		
POLÍTICO	Elecciones			X		
	Partidos políticos			X		
	Casos de corrupción			X		
	Personajes políticos		X			
CULTURAL	Festividades		X			
	Arte			X		
	Cultura General			X		

# GUÍA DE OBSERVACIÓN – MEMES DE INTERNET

Numeración: 100

Nombre del meme: AMIGO GILERO

Fecha y hora: 20/05/2017 21:57

Plataforma: FACEBOOK

	INDICADORES			SI	NO	OBSERVACIONES
DISCURSO	Relación representamen - objeto			X		
	Relación (representamen – objeto) - interpretante				X	Depende del interpretante
	Iconicidad <i>(signo se parece/ejemplifica propiedades del objeto)</i>			X		
	Simbolismo <i>(hábito o regla para su interpretación)</i>			X		
MEMÉTICA	Selección	Comentario social		X		
		Celebración de lo absurdo o inusual		X		
		Memes bulo			X	
		Basado en fans		X		
	Variación	Re-publicación		X		
		Edición			X	
		Emulaciones y parodias		X		
		Variaciones off-line		X		
	Reproducción	Transmisión individual		X		
		Transmisión oral		X		
		Transmisión por chat	Messenger	X		
			Whatsaap	X		
		Transmisión por redes sociales	Facebook	X		
			Twitter	X		
			Instagram		X	
SOCIAL	Clases sociales				X	
	Eventos deportivos				X	
	Farándula				X	
	Sentimental			X		
POLÍTICO	Elecciones				X	
	Partidos políticos				X	
	Casos de corrupción				X	
	Personajes políticos				X	
CULTURAL	Festividades				X	
	Arte				X	
	Cultura General				X	

# GUÍA DE OBSERVACIÓN – MEMES DE INTERNET

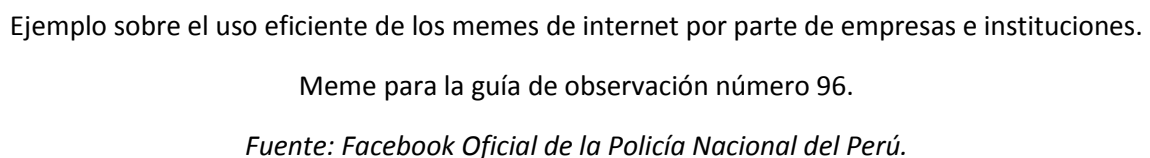
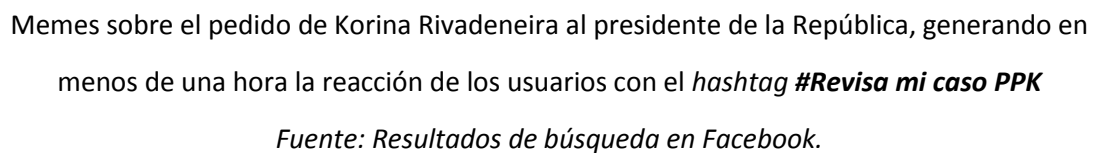
Numeración: 96

Nombre del meme: PNP: TU ELFA TE PEGA

Fecha y hora: 19/05/2017 10:00

Plataforma: FACEBOOK

	INDICADORES			SI	NO	OBSERVACIONES
DISCURSO	Relación representamen - objeto			X		
	Relación (representamen – objeto) - interpretante			X		
	Iconicidad <i>(signo se parece/ejemplifica propiedades del objeto)</i>			X		
	Simbolismo <i>(hábito o regla para su interpretación)</i>			X		
MEMÉTICA	Selección	Comentario social		X		
		Celebración de lo absurdo o inusual		X		
		Memes bulo			X	
		Basado en fans		X		
	Variación	Re-publicación		X		
		Edición		X		
		Emulaciones y parodias		X		
		Variaciones off-line		X		
	Reproducción	Transmisión individual		X		
		Transmisión oral		X		
		Transmisión por chat	Messenger	X		
			Whatsaap	X		
		Transmisión por redes sociales	Facebook	X		
			Twitter	X		
			Instagram	X		
SOCIAL	Clases sociales			X		
	Eventos deportivos				X	
	Farándula				X	
	Sentimental			X		
POLÍTICO	Elecciones				X	
	Partidos políticos				X	
	Casos de corrupción				X	
	Personajes políticos				X	
CULTURAL	Festividades				X	
	Arte				X	
	Cultura General			X		





Meme para la Guía de Observación número 31.

*Fuente: Página de Facebook Memes Peruanos*



Meme para la Guía de Observación número 100.

*Fuente: Página de Facebook Memes Peruanos*





Meme para la Guía de Observación número 80.

*Fuente: Página de Facebook Memes Peruanos*